

„Точки на споделяне”

27.01.2017

Гьоте-институт България

Доклад от срещата на:

Кръгла маса БИЗНЕС (14:30 - 16:30 ч)

Модератори: Петя Колева и Гергана Димитрова

Поканени: Румен Драганов (Институт за анализ и оценка в туризма), Михайло Николитч (athlon – IT сектор), Стефан Иванов (studio Nord 3D - гейминг)

Към участниците беше отправена покана да прочетат предложението за Стратегия за развитие на свободната творческа сцена в София, Планът за действие и да дадат обратна връзка от гледна точка на бизнеса, който представят и по-точно относно някои от следните конкретни предложения в документите:

В общия документ:

7.1. Б) Измерване и анализ на въздействието от изпълнението на стратегията:

- **анализ на преносими ефекти от приложението на стратегията върху културния туризъм и качеството на живот на гражданите.**

7.2. Б) Въвеждане на общински стимули за участие в дейностите на свободната сцена:

- **стимули, насочени към приобщаване на бизнеса и на творчески предприемачи** (галерии, клубове, културни центрове и др.). Подобни практики включват процедура за въвеждане на безплатни паркоместа за организации, които създават или предлагат творчески продукти и дейности; места за реклама на корпоративна подкрепа на творчески продукти; опрощаване на част от данък сгради или данък смет и също преференциални цени за наем при ползване на обществени площи;

7.3. Б) Инвестиции в създаване на информационна платформа „Изкуствата и София“

- **Интерактивен подход за достъп до предстоящи събития:** информация за процеси в развитие, идеи и участници, планирани дати, кампании за даровитост, преференциални и промоционални оферти, електронни билети и др.
- **Създаване на виртуални и физически пунктове за предоставяне на актуална информация за културни събития с интегрирани предложения за допълващи услуги** (културен туризъм, стоки и услуги за свободното време, кампании на творческите и водещите свързани индустрии, основани на знание, в София – обучителни, продуциращи, пазарни инициативи и международни събития).
- **Интерактивен подход за достъп до цифров обмен на данни** относно публичности и аудитории и тенденции в потребление и търсене.

- Многостранен обмен на данни за изследване на развитие и преносими ефекти от сцената.

В) Инвестиции в организации, подпомагащи обмена на творци и художествени продукти

- Създаване на офис за международна дейност „Творческа София“, който да подпомага достъпа на свободната сцена до глобалния пазар на изкуства;

Г) Инвестиции в дейности, свързващи свободната творческа сцена с политиките и стратегиите за развитие на София 2023

- Създаване на съвместни инициативи, свързани с интелигентен растеж - творчески хъбове, творчески инкубатори и акселератори, „пространства за творчески процеси“, „лаборатории за изкуства и технологии“ и др.

7.4.Б) Развитие на иновации, които свързват изкуствата с нови технологии и методи на работа в цифрова и глобална среда на конкуренция и обмен

Срещата премина много интензивно и изведе следните пресечни точки и акценти в мненията:

- Идеята, че има изкуства създавани от **«свободна творческа сцена»** извън институциите или сгради като театър или галерия не е широко позната. Мисли се, че това е някакъв вид любителска, развлекателна дейност или детско творчество. Свързва се с онова, което се случва на открито (паркове, по пешеходните зони), а не с форма на професионална работа в сферата на изкуствата. Бизнесът често няма знания и капацитет, за да може да оцени стойността на продуктите на изкуството, често има нужда от консултации със специалисти, за да го насочат, къде е добре да се инвестира. **(Необходимост от достъпна експертиза в областта)**

Бизнесът реално се интересува както от дарения в сферата на културата (изкуствата) и образованието, така и от инвестиции. Най-подходящият период за дарения е края на годината. Ако Законът за меценатството действа (10% от данък печалба да може да се дари) и процедурата е ясна – ще има множество желаещи, особено от проспериращите сектори като ИТ.

Кое спира бизнеса да инвестира в творческия сектор:

- Творческите организации нямат достатъчно счетоводна експертиза, финансова култура, елементарни знания за опериране с финансов капитал и не успяват да говорят на „един език“ с други сектори.
- липса на вторичен пазар за закупени произведения на съвременното изкуство
- липса на експертиза у бизнеса, за да знае, къде е добре да се инвестира, да се чувства уверен в смисъла от инвестицията и да не се усеща „като тъпак после, че е дал пари на този или за това“.
- липса на някакъв тип институция насреща, която да дава увереност, че парите са използвани добре и по предназначение.
- Обществената власт като общината или министерството и административните процедури и спънки са довели до липса на доверие в публичните институции и в тяхната лоялност, безпристрастност и експертиза. Често срещаната корупция на

хора, които въвеждат или се подчиняват административни разпоредби е друг обичаен проблем.

Изведени основни проблемни области пред партньорствата Бизнес – Свободна Творческа Сцена – Община

- **ДОГОВАРЯНЕ И СЧЕТОВОДНА ГРАМОТНОСТ**
- **ДОВЕРИЕ В ИНСТИТУЦИИТЕ МЕДИАТОРИ**
- **ЗАКОНОВА РАМКА ЗА ПРЯКО УЧАСТИЕ**

Предложение:

Да се проучи възможността за съвместна работа под формата на кооперация по Закона за кооперациите.

Да се проучат възможности общината да улесни връзката с партньори, инвестиращи в образователни дейности в сферата на изкуствата или в развиване на творчески умения или в изграждане на нови пространства за изкуства с обществен достъп.

- Бизнесът би инвестирал в подпомагане на някаква **кураторска програма на даден културен институт, в образователни инициативи за деца, в курсове с различни насоки** - „Бизнесът инвестира в нещо, което се търси или развива полезни умения у деца и възрастни; в неща, от които може би самият той после ще има нужда или ще иска кадрите му да ги владеят”.
- Според бизнеса **липсва маркетингова стратегия за сцената** и местата, в които тя показва своята продукция. Всяко такова място има нужда от минимум 3-5 годишен период, за да заработи (продуциращите центрове например, споменати в предложението за стратегия „Споделена Визия“).
- Развитието на „**Информационна платформа**” за културния живот на София от Предложението за стратегия е *реално постижимо, актуално, полезно, инвестиционно изгодно и е добра възможност за сътрудничество между бизнес, община и творческа сцена.*

Целта на инвестициите в изкуство е сродна с инвестициите в спорт и сарт-ъни (често няма материален продукт и са рискови). Ако бизнесът вижда смисъл да инвестира в едното, то само въпрос на маркетинг е да бъде убеден да инвестира и в другите сфери.

Обществото разполага с огромен финансов ресурс, които изкуствата могат да използват по-пълноценно. **Основното, което е важно за усвояването му е да се предложи подходяща форма на СЪУЧАСТИЕ. Това е изключително важно за включването на бизнеса.**

Други форми, улесняващи включването:

- корпоративната социална отговорност;
- личните контакти (изграждат доверие)
- партньорство с туристическия бранш – развиващ се сектор в София, който зависи пряко от нивото на качество и разнообразието в изкуствата

- опознаване на сродни малки и микро организации от творческите индустрии (студия за игри, анимация, музика, дизайн, архитектура и други), които също инвестират в развитие на млади таланти и търсят такъв професионален ресурс.

Как общината би могла да стимулира включването на бизнеса в развитието на свободната творческа сцена в града?

- Като подкрепи създаването на **ясен механизъм, ясна видима сцена**, предложи **добра законова/юридическа основа за включването**.

(например създаване на кооперация с пробен период на действие минимум 3 години, с общо събрание в което участва бизнеса, изп. директор и т.н. – тя може да нарича продукцията си „кооперативно изкуство”. В основата на подобно сдружаване трябва да има една **обединяваща тема**. Самата община би могла да инициира създаването на такива кооперации.)

Идеята за награда за меценатство на града беше отхвърлена от бизнеса като създаваща повече проблеми, отколкото полза. При инвестиции бизнесът най-често НЕ иска да си прави ПР, често целевата му група е друга от тази на съвременните изкуства. Напротив, инвеститорът търси **ЕДИНОМИСЛИЕ** и **ПРЯКО УЧАСТИЕ**. Често интересът към инвестицията не е пряко свързан с конкретния бизнес. „Харча с кеф пари, ако знам, че целта е добра, и че аз съм я избрал”. Споделянето и прозрачността на процеса също стимулира привличането на инвестиции.

Основни пресечни точки между творческа сцена и бизнес:

1. КУЛТУРНИЯ И ТВОРЧЕСКИ ТУРИЗЪМ
2. ТЕХНОЛОГИИТЕ
3. ИЗКУСТВАТА
4. ТВОРЧЕСКИТЕ ИНДУСТРИИ
5. ИНФОРМАЦИОННАТА ПЛАТФОРМА.

Очаква се продължение на работата на групата. Всички участвали имат желание за това. Първата стъпка в тази посока е вече направена - подаден е проект по Столична програма „Европа” от Организация „36 маймуни” с партньори Гьоте-институт България и фондация „За Оборище”. Резултатите ще излязат в средата на месец март.

Изготвили доклада: Гергана Димитрова и Петя Колева
17.02.2017 г.
София